30 JAHRE
AUTOGRAPHIA
KLISCHEES
GARANTIEREN FÜR HERVORRAGENDE DRUCK-
FÄHIGKEIT. STÄNDIGE ZUNAHME DES KUNDEN-
KREISES IST DER BESTE BEWEIS FÜR QUALITÄT
AUTOGRAPHIA · BERLIN SW 68 · LINDENSTRASSE 38

mäßigkeitserwägungen und künstlerischem Einfall entstandene Werk eines Künstlers, das im besten Sinne eine Syntese (Verbindung) zwischen Zweck und Form darstellt." Nach einem kurzen Rückblick auf die geschichtliche Entwicklung der „Werbegraphik von den Anfängen im 15. Jahrhundert bis 1918", die mit vielen Abbildungen einschlägiger Beispiele, die namentlich den älteren Lesern noch durch ihre praktische Anwendung in Erinnerung geblieben sind — es soll hier nur auf das köstliche Plakat von Otto Fischer für die Dresdener Ausstellung 1896 und auf bekannte Plakate von Hupp, Eckmann, Scheurich und Hohlwein hingewiesen werden —, nennt der Verfasser alle die Künstler und zeigt von ihnen viele Arbeiten, die an der Plakatgestaltung innerhalb dieser Zeit bestimmenden Anteil genommen haben. Darauf folgt eine wohl beinahe lückenlose Aufführung aller namhaften Gebrauchsgraphiker Deutschlands, neben einer Vorführung zahlreicher werbegraphischer Arbeiten, die schon durch die „Gebrauchsgraphik" ihre Würdigung gefunden haben und von denen viele in Original-Drucken beigefügt sind. Wir sehen eine reiche Auslese von Verkehrs-Prospekten und solchen für verschiedene Markenartikel, Schrift- und Bildanzeigen, Warenmarken, Packungen, Aufkleber, Kofferzettel und daneben eine Interesse verdienende Auswahl von Zeitschriftenumschlägen, Werbeillustrationen, typographische Drucksachen, Anwendungsbeispiele für Schriftgießererzeugnisse und zuletzt Briefmarken des Deutschen Reiches. Wenn wir diese beiden gewichtigen Bände nach ausschöpfendem Lesen und Betrachten aus der Hand legen, können wir mit berechtigtem Stolz die Leistungen des deutschen Buchgewerbes würdigen und die berechtigte Hoffnung haben, daß auch in Zukunft ein weiterer Fortschritt auf allen seinen Teilgebieten trotz der Kriegszeit mit Sicherheit zu erwarten ist.

Georg Wagner

„Kleine Plakatschule." Ein froher Lehrgang für Schrift-, Plakat- und Schaufenstergestaltung von Karl Bruns mit über 60 Abbildungen von instruktiven Schrift- und Plakatvorlagen. Dritte, wesentlich veränderte Auflage, Preis 2,80 RM., herausgegeben von der Hanseatischen Verlagsanstalt Hamburg. Wenn auch der Autor in seinem Vorwort davor warnt, die Sache nur von der lustigen Seite zu nehmen, so ist doch hier der ganze Stil, der sonst oft so betont wissenschaftlich und vielen Lesern deshalb meist langweilig in gleichartigen Lehrbüchern für den Selbstunterricht erscheint, so einfach und in seiner Darlegungsweise so überzeugend geformt, als wenn ein guter Freund, der außerdem ein tüchtiger Fachmann und ein guter Lehrer ist, zu seinem willigen Schüler spricht. Schon das Inhaltsverzeichnis ist einmal ganz anders: „Die Ware diktiert", „der Kunde steht vorm Fenster", „von der dreiviertelfetten Venus", „die Welt ist bunt", „die Schrift im Schaufensterraum". Hinter diesen einleitenden Worten finden wir die vielen praktischen Hinweise auf werbliche Notwendigkeiten, die sonst so leicht übersehen werden. Die zahlreichen Schriftalphabete sind sämtlich schreibgerecht und von treffender Wirkung für die verschiedensten Anwendungsgebiete, wie außerdem die skizzenhaft gezeichneten Plakatentwürfe eine Fülle von in der Praxis zu verwendenden Anregungen geben und dazu die notwendigen Hinweise auf die verschiedenartigen Schreibwerkzeuge und Materialien.

Georg Wagner

Der russische Satz und seine Behandlung im Schrift- und Druckwesen, ein Hilfsbuch für Schriftsetzer,

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19410090/75
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT